


ตารางแสดงวงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรรและรายละเอียดค่าใช้จ่าย
การจัดซื้อจัดจ้างที่มีใช้งานก่อสร้าง

1.	ชื่อโครงการ	จ้างพัฒนาแนวทางการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) สำหรับการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัล (Digital Platform Services)
2.	หน่วยงานเจ้าของโครงการ	สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
3.	วงเงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร	2,500,000 บาท
4.	วันที่กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ณ วันที่	4 พฤศจิกายน 2567
	เป็นเงิน	2,594,483.33 บาท
5.	แหล่งที่มาของราคากลาง (ราคาอ้างอิง)	
	5.1	บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด
	5.2	บริษัท เจโนซิส จำกัด
	5.3	บริษัท เจซีแอนด์โค คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด (สำนักงานใหญ่)
6.	รายชื่อเจ้าหน้าที่ผู้กำหนดราคากลาง (ราคาอ้างอิง) ทุกคน	
	6.1	นางสาวอัจฉราพร หมุระเด่น
	6.2	นางสาวรัตนาภรณ์ ทานน้ำ
	6.3	นางกัญญาณัฐ สุนทรวินิต

	ขอบเขตของงาน (Terms of Reference : TOR)		จำนวน	๑๓ หน้า
	เรื่อง	จ้างพัฒนาแนวทางการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) สำหรับการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัล (Digital Platform Services)		
	จัดทำโดย	ฝ่ายบริหารจัดการโครงการ	วันที่จัดทำ	๒๘ ต.ค. ๖๗

๑. ความเป็นมา

ตามที่ สพธอ. มีวิสัยทัศน์ในการเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยสร้างความร่วมมือกับทุกภาคส่วนเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างเท่าทันกับสถานการณ์โลก ที่มีบทบาททั้งในด้านการเป็น Co-creation regulator หรือการเป็น Regulator ที่มีบทบาทในการร่วมคิดร่วมทำ (Co-creation) กับผู้ที่เกี่ยวข้องในแต่ละอุตสาหกรรม รวมไปถึงการส่งเสริมและสนับสนุนการทำธุรกรรมทางออนไลน์ ทั้งในกลุ่ม SMEs กลุ่ม Service provider ตลอดจนการสนับสนุนการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐให้มีการเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีที่สำคัญเพื่อให้เกิด Ecosystem ที่เอื้อต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล พร้อมกันนี้ ในมุมของ Digital Transformation ยังถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างโอกาส ความยั่งยืนและความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ของประเทศ มีการดำเนินงานที่คำนึงถึงประเด็นความสอดคล้องกับกฎหมายและมาตรฐานหรือหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง พร้อมๆ กับการผลักดันให้คนไทยเกิดการใช้งานการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างรู้เท่าทัน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อการทำธุรกรรมฯ ที่สร้างโอกาสให้พร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงในโลกอนาคต ขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัล เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ทัดเทียมสากล

ดังนั้น การดำเนินงานของ สพธอ. ในปัจจุบัน จึงมุ่งเน้น ๔ งานหลักสำคัญทั้งในด้าน ๑. การเร่งต่อยอด Digital Infrastructure and Ecosystem ผ่านการดำเนินงานที่สำคัญๆ ทั้งในมุมของ เสริมศักยภาพ Document Management เร่งเพิ่มการมีส่วนร่วมในการกำกับดูแล Digital Platform Services การส่งเสริม AI Governance & Data Sharing ที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการพัฒนา ปรับปรุงกฎหมาย มาตรฐาน ที่มุ่งส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมจาก Service Provider ๒. เร่งกลไก Digital Service and Governance ผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมสำหรับการกำกับดูแลแพลตฟอร์มดิจิทัล ผ่านกลไกทั้งมาตรฐาน แนวปฏิบัติ (Best Practices) เพื่อให้เกิด Ecosystem ที่จะช่วยลดความเสี่ยงและปัญหาที่อาจเกิดขึ้น ๓. เสริมความเข้มข้น Digital Adoption and Transformation โดยผลักดันให้เกิดการใช้ Digital ID เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพบริการภาครัฐและเอกชน และ ๔. การเพิ่มประสิทธิภาพ Digital Workforce, Literacy & Protection ที่มีศักยภาพและรู้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน คือ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร (Stakeholder) ไม่ว่าจะเป็นผู้ให้บริการ Digital Service, ผู้ประกอบการ SMEs, ผู้ให้บริการ Digital Platform, หน่วยงานกำกับดูแลทั้งภาครัฐและเอกชน (Regulator) และ ภาคประชาสังคม เป็นต้น ให้เกิดการรับรู้ เข้าใจและตระหนักถึงบทบาทและคุณค่าของ สพธอ. ในการสนับสนุนให้ประเทศเกิดการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตและเกิดการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มั่นคงปลอดภัยน่าเชื่อถือ

ดังนั้น เพื่อต่อยอดสร้างการรับรู้และความเข้าใจที่ดีต่อภารกิจบทบาทการดำเนินงาน ตลอดจนคุณค่าและ Positioning ของ สพธอ. ในการเป็นองค์กร Co-Creation Regulator รวมถึงเร่งผลักดันให้เกิด

การมีส่วนร่วม แก่กลุ่ม Stakeholder ตามที่องค์กรได้ตั้งเป้าหมายไว้นั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องมีการจัดทำกลยุทธ์การดำเนินงานที่ครอบคลุมทั้งการกำกับดูแลและการส่งเสริมให้เกิดการจัดกิจกรรมการสื่อสารต่างๆ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่ม Stakeholder ขององค์กร สู่การสร้างการรับรู้ความเข้าใจ เกิดเครือข่ายความร่วมมือในการดำเนินงานร่วมกัน เพื่อสนับสนุนภารกิจและการดำเนินงานร่วมกัน เพื่อร่วมขับเคลื่อนการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มั่นคงปลอดภัย น่าเชื่อถือ สู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางดิจิทัลของประเทศในอนาคตต่อไป

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อให้มีกลยุทธ์สำหรับการดำเนินงานสื่อสาร ตลอดจนกิจกรรมเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการรับรู้ เกิดความรู้ ตลอดจนความเข้าใจต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมดูแลการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล ร่วมกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด โดยจะครอบคลุมการบริหารจัดการภาวะวิกฤติที่อาจเกิดขึ้นตลอดการดำเนินงานทั้งโครงการ

๒.๒ เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือ (Community & Networking) สฟทอ. และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การประชุมหารือแบบกลุ่มย่อย การสัมมนา ตลอดจนการพัฒนาบทความหรือเนื้อหาเพื่อการเผยแพร่ในวงกว้าง เป็นต้น โดยมีกระบวนการติดตามการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเชื่อมโยงการทำงานที่เกี่ยวข้องร่วมกัน และสามารถแสดงผลความสำเร็จของการดำเนินงานได้อย่างชัดเจน

๒.๓ เพื่อส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจในบทบาทของ สฟทอ. กับการเป็น Co-creation Regulator ตลอดจนการดำเนินงานภายใต้บทบาทดังกล่าว พร้อมเสนอแนะแนวทางการดำเนินงานในระยะต่อไป เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงการดำเนินงาน และการวางแผนการทำงานให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

๓. คุณสมบัติผู้เสนอราคา

๓.๑ มีความสามารถตามกฎหมาย
 ๓.๒ ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย
 ๓.๓ ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ
 ๓.๔ เป็นบุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคล ผู้มีอาชีพรับจ้างทำงานที่จ้างในครั้ง
 ๓.๕ ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราวเนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

๓.๖ ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระงับชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทำงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทำงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทำงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการ ผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

๓.๗ มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

๓.๘ ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอรายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ณ วันยื่นข้อเสนอ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันอย่างเป็นธรรมในการยื่นข้อเสนอครั้งนี้

๓.๙ ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

๓.๑๐ ผู้ยื่นข้อเสนอต้องลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e-GP) ของกรมบัญชีกลาง

๔. ขอบเขตของงาน

๔.๑ แผนการดำเนินงานตลอดโครงการ

๔.๑.๑ ผู้รับจ้างต้องร่วมหารือกับ สฟธอ. เพื่อกำหนดแผนกลยุทธ์การดำเนินงานด้านการจัดกิจกรรมสื่อสารต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ การมีส่วนร่วม สร้างการยอมรับ ต่อบทบาท ภารกิจ และ Positioning (Co-Creation Regulator) ของ สฟธอ. แก่กลุ่มเป้าหมาย หรือ Stakeholder ขององค์กร โดยมี การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสาร แนวคิดของการดำเนินงานที่สอดคล้องกับบทบาทและภารกิจของ สฟธอ. รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน โดยจะต้องมีรายละเอียดอย่างน้อยดังนี้

- ๑) การกำหนดกลยุทธ์การจัดกิจกรรมการสื่อสาร รวมถึงประเด็นในการสื่อสาร (Key message) ที่จะใช้ในการสื่อสารในแต่ละช่วงตลอดโครงการ ที่มีความสอดคล้องกับ ภารกิจ แผนการดำเนินงานประจำปี และ Positioning ของ สฟธอ. และเชื่อมโยงกับ แผนระดับองค์กรหรือนโยบายที่เกี่ยวข้อง
- ๒) การศึกษา ทำความเข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมาย หรือ Stakeholder และร่วมกำหนด กลุ่มเป้าหมายที่จะต้องให้ความสำคัญและเชื่อมโยงกับภารกิจของ สฟธอ. เพื่อนำ ข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ กำหนดและออกแบบกิจกรรมการสื่อสาร เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและสร้างเครือข่ายที่นำไปสู่การต่อยอดการดำเนินงานร่วมกันในอนาคต โดย กิจกรรมการสื่อสารดังกล่าว จะต้องมีความน่าสนใจ เชื่อมโยงสอดคล้องกับ ภารกิจ ขององค์กรตลอดจนวัตถุประสงค์ของโครงการ
- ๓) วางแผนกำหนด Action Plan ในการจัดกิจกรรมการสื่อสาร ช่องทางการสื่อสาร ผลที่ คาดว่าจะได้รับ และช่วงเวลาในการดำเนินงาน โดยจะต้องมีกำหนดรูปแบบการ ดำเนินงานและการติดตามผลการดำเนินงานร่วมกันระหว่างผู้รับจ้าง และ สฟธอ. ที่มีความชัดเจน
- ๔) กำหนดรูปแบบแนวทางการติดตามผลการจัดกิจกรรมการสื่อสารของโครงการ (Monitoring) ครอบคลุมในส่วนสำคัญ ทั้งในด้าน Data insights หรือ Clipping News หรือ Social listening โดยจะต้องมีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจและเข้าใจ ง่าย ตามที่ สฟธอ.เห็นชอบ

๔.๑.๒ ผู้รับจ้างจัดหาที่ปรึกษาโครงการ จำนวน ๑ (หนึ่ง) ราย โดยมีคุณสมบัติดังนี้ จบการศึกษาระดับปริญญาเอก มีความเชี่ยวชาญด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์ หรือที่เกี่ยวข้อง และมีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า ๑๐ (สิบ) ปี นับตั้งแต่จบการศึกษาระดับปริญญาเอก โดยผู้รับจ้างต้องแนบเอกสารรายละเอียดคุณสมบัติและประสบการณ์หรือผลงานของที่ปรึกษาโครงการนำเสนอให้ สพอท. พิจารณาเห็นชอบก่อนดำเนินการ

๔.๒ ดำเนินการจัดกิจกรรมการสื่อสารของโครงการ

๔.๒.๑ ผู้รับจ้างและที่ปรึกษาโครงการฯ ต้องนำเสนอแนวทางรวมถึงจัดทำรายงานความก้าวหน้าของโครงการปัญหาอุปสรรค/ความเสี่ยง (ถ้ามี) ของการดำเนินงานของโครงการ ตลอดจนการจัดกิจกรรมการสื่อสาร และต้องมีแนวทางการแก้ไขความเสี่ยงดังกล่าว อย่างน้อยเดือนละ ๔ ครั้ง หรือตามที่ สพอท. ร้องขอ ซึ่งสามารถเสนอไว้ในแผนงานข้อ ๔.๑ ในเบื้องต้นไว้ได้ โดยนำเสนอต่อ สพอท. พร้อมส่งมอบรายงานการประชุมดังกล่าวให้แก่ สพอท. ภายใน ๓ วันทำการ นับจากวันที่ประชุม

โดยขอบเขตการทำงานของที่ปรึกษา จะต้องครอบคลุมดังต่อไปนี้

- ๑) การจัดทำแผนกลยุทธ์แนวทางการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) เพื่อนำไปสู่การดำเนินงานในการจัดกิจกรรมที่จะสร้างการรับรู้ ความเข้าใจต่อประเด็นที่เกี่ยวข้องที่นำไปสู่การพัฒนา ต่อยอด การดำเนินงานในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล ตลอดจนภารกิจ บทบาทและคุณค่า Brand Value ของ สพอท. ในฐานะ Co-Creation Regulator ที่มีการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกองค์กร ผ่านช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม
- ๒) ให้คำปรึกษาในการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ตามข้อ ๑ ที่ได้จัดทำขึ้น รวมถึงการจัดกิจกรรมการสื่อสารภายใต้โครงการ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการและเป้าหมายขององค์กร โดยที่ปรึกษาจะต้องติดตาม ประเมินผล และให้คำแนะนำในทุกขั้นตอนการดำเนินงาน และติดตาม พร้อมวิเคราะห์ผลตอบรับ (Feedback and Sentiment) เพื่อประเมิน ปรับปรุงแผนการดำเนินงานตลอดจนแนวทางการสื่อสารในอนาคตให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป
- ๓) ร่วมบริหารจัดการภาวะวิกฤต (Crisis Management) ที่ปรึกษาต้องทบทวนแผน Crisis Management โดยเน้นแนวทางการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) การบริหารจัดการด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤต พร้อมทั้งกำหนดแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนหากเกิด

วิกฤต (ถ้ามี) พร้อมทั้งทำการติดตามผลและประเมินประสิทธิภาพของแผน Crisis Management ตลอดระยะเวลาของโครงการ

- ๔) ร่วมถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ให้กับทีมงานขององค์กร โดยเฉพาะในมุมมองของการพัฒนาบทบาท Co-Creation Regulator ในมุมมองของการกำกับดูแลผู้ประกอบการบริการแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยเน้นการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด เพื่อเสริมสร้างศักยภาพและทักษะของทีมงาน ตลอดจนการจัดกิจกรรมและการดำเนินงาน เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายและบทบาทขององค์กร
- ๕) ที่ปรึกษา จัดทำบทความวิชาการ ๑ บทความ เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจที่ดีต่อบริษัท การดำเนินการดำเนินงาน ตลอดจนคุณค่าและ Positioning ของ สฟธอ. ในการเป็นองค์กร Co-Creation Regulator รวมถึงเร่งผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมแก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder)

๔.๒.๒ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการออกแบบและจัดกิจกรรมการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ การมีส่วนร่วม สู่การสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน และสร้างประโยชน์ สนับสนุนธุรกิจดิจิทัลแพลตฟอร์ม ตามแผนกลยุทธ์ในข้อ ๔.๑ โดยในการออกแบบเครื่องมือวิธีการ หรือการกำหนดกิจกรรมการสื่อสารต่างๆ จะต้องสอดคล้องตามความต้องการของแต่ละกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน โดยจะต้องดำเนินการจัดกิจกรรม ไม่น้อยกว่า ๔ ครั้ง และมีผู้เข้าร่วมแต่ละกิจกรรม ไม่น้อยกว่า ๒๕ คน โดยรูปแบบการจัดกิจกรรมอาจมีตัวอย่างดังนี้

- ๑) ประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (roundtable discussion)
- ๒) การสร้างความร่วมมือ (communities networking) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง
- ๓) อบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (Workshop)
- ๔) การให้ความรู้ เสวนาในเชิงกฎหมายดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ (seminar)
- ๕) จัดประชุมความร่วมมือ (meeting)
- ๖) กิจกรรมอื่นๆ ตามความเหมาะสม

โดยจะต้องดำเนินการจัดกิจกรรมที่มีความสอดคล้องกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย หรือตามที่ สฟธอ. กำหนด ผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอประเด็น Concept ตลอดจนรูปแบบกิจกรรม สถานที่การจัดกิจกรรมให้ สฟธอ. พิจารณาก่อนดำเนินงาน ทั้งนี้ ในการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้ง จะต้องมีการดำเนินงานอย่างน้อยครอบคลุมรายละเอียด ดังนี้

ก่อนการจัดกิจกรรม

- ๑) ผู้รับจ้างต้องนำเสนอรูปแบบ Concept รายละเอียดเนื้อหาของการจัดกิจกรรมการสื่อสาร พร้อมนำเสนอรายชื่อกลุ่มเป้าหมาย ที่จะเข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละครั้ง รวมถึงรายละเอียดต่างๆ ที่สนับสนุนการจัดกิจกรรมการสื่อสารให้มีความน่าสนใจ สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น รายละเอียดกิจกรรมที่จะเกิดขึ้น กำหนดการ Key Visual โปรแกรมคำคม เอกสารที่เกี่ยวข้อง จัดหาผู้ดำเนินรายการ สคริปผู้ดำเนินรายการ วิทยากร รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สถานที่ที่เหมาะสม อาหารและเครื่องดื่ม การบริหารจัดการกิจกรรม แสงสีเสียง และอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ตามที่ สพธอ.เห็นสมควร โดยผู้รับจ้างจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด และต้องนำเสนอให้ สพธอ. พิจารณาเห็นชอบก่อน ดำเนินการเชิญผู้เข้าร่วมงาน หรือ ผลิต หรือ ดำเนินการจัดกิจกรรมต่างๆ
- ๒) ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมต่อการจัดกิจกรรม ผ่านช่องทางที่เหมาะสม ครอบคลุมทั้ง ออนไลน์ และ ออฟไลน์ อาทิ จดหมายเชิญ โปสเตอร์ด้วยแคปชั่นเพื่อเชิญชวนพร้อมภาพ Key Visual ปรอลอบหรือข่าวประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางของ ETDA หรืออื่นๆ ตามสมควรและ สพธอ.เห็นชอบ
- ๓) ผู้รับจ้างจะต้องรายงานความคืบหน้าของการจัดกิจกรรมทั้งหมดให้ สพธอ.รับทราบอย่างใกล้ชิด ทั้งรายละเอียดความคืบหน้าของการจัดกิจกรรม รายชื่อผู้ยืนยันการเข้าร่วมกิจกรรม หรืออื่นๆ

ระหว่างการจัดกิจกรรม

- ๑) ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องเข้ามาดูแลบริหารจัดการกิจกรรมให้เป็นไปอย่างเรียบร้อยและเพียงพอ เพื่อให้กิจกรรมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสม ตั้งแต่การประสานติดตามผู้เข้าร่วมกิจกรรม การลงทะเบียนที่เหมาะสม รวมถึงการดูแลผู้เข้าร่วมกิจกรรมอย่างใกล้ชิด พร้อมจัดเตรียมอุปกรณ์อื่นๆ เช่น คอมพิวเตอร์ จอมอนิเตอร์ ระบบอินเทอร์เน็ต เครื่องเขียน กระดาษเขียน หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- ๒) ผู้รับจ้างจะต้องจัดหาเจ้าหน้าที่ ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านงานเขียน สำหรับเก็บประเด็นเนื้อหา รายละเอียด ที่เกิดขึ้นจากการหารือ การแลกเปลี่ยนมุมมอง หรือประเด็นอื่นๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการจัดกิจกรรม เพื่อสรุปรายงานอย่างละเอียดและนำเสนอต่อ สพธอ. ภายใน ๓ วันหลังเสร็จสิ้นกิจกรรม
- ๓) ผู้รับจ้างจะต้องจัดเตรียมระบบหรือเครื่องมือ หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อรองรับการจัดกิจกรรมในรูปแบบออนไลน์ หรือ รูปแบบผสมผสาน (Hybrid) อาทิ ระบบการประชุม e-Meeting หรือ การถ่ายทอดสดผ่าน ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมมีเจ้าหน้าที่ควบคุมระบบและอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้มีความพร้อมในการจัดกิจกรรม

- ๔) ผู้รับจ้างจะต้องเก็บภาพบรรยากาศของกิจกรรม บันทึกเสียง หรือ วิดีโอตามความเหมาะสมของกิจกรรม

หลังการจัดกิจกรรม

- ๑) ผู้รับจ้างจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้ต่อกิจกรรมการสื่อสารที่จัด ผ่านช่องทางสื่อโซเชียลมีเดียและเว็บไซต์ของ สพอ. ในรูปแบบที่น่าสนใจในรูปแบบต่างๆ เช่น การโพสต์ด้วยแคปชั่นประกอบภาพ การจัดทำภาพ Quote เพื่อเน้นคำพูดและประเด็นที่จะสื่อสารจากผู้เข้าร่วมกิจกรรม การสรุปกิจกรรมในรูปแบบแคปชั่นประกอบภาพถ่ายในกิจกรรม หรือ บทความสรุปกิจกรรม โดยจะต้องนำเสนอให้ สพอ. พิจารณาเห็นชอบก่อนดำเนินงานทุกครั้ง

๔.๒.๓ ผู้รับจ้างจะต้องจัดกิจกรรมสัมมนานอกพื้นที่ จำนวน ๑ ครั้ง เป็นเวลา ๓ วัน ๒ คืน กลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมไม่เกิน ๖๐ คน (รวมผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ สพอ.) ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการลงรายละเอียดเพิ่มเติม ทั้งในส่วนของ เนื้อหา ออกแบบกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนรายละเอียดของกิจกรรมตั้งแต่ ต้นจนจบกิจกรรม กำหนดการ นำเสนอรายชื่อกลุ่มเป้าหมาย จัดหาสถานที่ ที่พัก การเดินทาง อุปกรณ์ เครื่องเสียง ไฟแสงสว่าง อาหาร เครื่องดื่มสำหรับการจัดกิจกรรมที่รองรับกลุ่มเป้าหมาย

ทั้งนี้ จากกิจกรรมในข้อ ๔.๒.๓ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์รายละเอียดของกิจกรรม เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจต่อกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง ผ่านช่องทางที่เหมาะสม อาทิ ช่องทางโซเชียลมีเดียและเว็บไซต์ ของ สพอ. หรือ สื่อมวลชน ในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ โปสต์แคปชั่นประกอบภาพ ข่าวหรือบทความ เพื่ออัปเดตความคืบหน้าของการจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับภารกิจและบทบาทขององค์กร รวมถึงวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยการสื่อสารจะต้องครอบคลุมทั้งก่อนและหลังการจัดกิจกรรม

๔.๒.๔ ผู้รับจ้างจัดหาเจ้าหน้าที่ประสานงาน อำนวยความสะดวก และบริหารจัดการกิจกรรมให้ เป็นไปด้วยความเรียบร้อยทุกขั้นตอน และจะต้องมีการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของ สพอ. อย่างต่อเนื่อง โดยมีการกำหนดช่องทางการประสานงานที่ชัดเจน รวมถึงมีรูปแบบ วิธีการทำงาน การติดตามงาน และแหล่งเก็บข้อมูลที่เข้าใจและเข้าถึงได้ง่าย

๔.๒.๕ ผู้รับจ้าง จะต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจและสร้างการมีส่วนร่วมต่อภารกิจและบทบาทของ สพอ. ในฐานะ Co-Creation Regulator เพื่อนำเสนอต่อสื่อมวลชน ในรูปแบบของข่าว หรือ บทความ พร้อมจัดทำภาพประกอบ (ถ้ามี) จำนวน ๕ ชิ้น แต่ละชิ้นจะต้องถูกนำเสนอผ่านสื่อมวลชนไม่น้อยกว่า ๑๐ สำนัก พร้อมจัดทำ Clipping News นำเสนอความคืบหน้าและความสำเร็จของการเผยแพร่ข่าว หรือ บทความ ต่อ สพอ. ต่อเนื่องทุกครั้ง

๔.๓ การติดตามผลการจัดกิจกรรมการสื่อสารตลอดโครงการ

จากการดำเนินงาน ตามขอบเขตงานในข้อ ๔.๑, ๔.๒ ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการติดตามและประเมินผลการจัดกิจกรรมการสื่อสารของโครงการ (Monitoring) อย่างต่อเนื่อง โดยจะต้องนำเสนอผลการติดตามและการประเมินให้อยู่ในรูปแบบที่น่าสนใจและเข้าใจง่าย และข้อมูลต้องสะท้อนถึงการรับรู้ ความเข้าใจและการมีส่วนร่วม ความคาดหวัง ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อภารกิจและบทบาทขององค์กรที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ ตลอดจนจัดทำข้อเสนอแนะ ที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพัฒนากระบวนการดำเนินงานในระยะต่อไป โดยผู้รับจ้างจะต้องนำเสนอผลการติดตามและการประเมินผลการจัดกิจกรรมการสื่อสารของโครงการแก่ สฟธอ. อย่างต่อเนื่อง อย่างน้อยเดือนละ ๒ ครั้ง หรือ ตามที่ สฟธอ.ร้องขอ

๔.๔ ผู้รับจ้าง จะจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานทั้งโครงการในรูปแบบรูปเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์ซึ่งรายละเอียดอย่างน้อยต้องประกอบไปด้วย บทสรุปผู้บริหาร ผลการสื่อสารตลอดโครงการในแต่ละด้าน ข้อเสนอแนะ ตลอดจนกลยุทธ์การสื่อสารที่เกี่ยวข้อง ที่ควรดำเนินงานในระยะต่อไป

๕. วงเงินในการจัดหา

วงเงินงบประมาณ เป็นจำนวนเงิน ๒,๕๐๐,๐๐๐ บาท (สองล้านห้าแสนบาทถ้วน) และราคากลาง เป็นจำนวนเงิน ๒,๕๙๔,๔๘๓.๓๓ บาท (สองล้านห้าแสนเก้าหมื่นสี่พันสี่ร้อยแปดสิบสามบาทสามสิบสามสตางค์)

๖. ระยะเวลาดำเนินการ

กำหนดระยะเวลาดำเนินการให้แล้วเสร็จภายในวันที่ ๓๑ สิงหาคม ๒๕๖๘

๗. สิ่งส่งมอบและกำหนดเวลาการส่งมอบ

ผู้รับจ้างจะต้องดำเนินการตามขอบเขตงานข้อ ๓ โดยส่งมอบงานเป็น ๓ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ ส่งมอบแผนการดำเนินงาน ตามขอบเขตของงานในข้อ ๔.๑ ในรูปแบบเอกสารจำนวน ๑ ชุด และรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์บันทึกใน Flash Drive หรือสื่อบันทึกข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์อื่น จำนวน ๒ ชุด ภายใน ๔๕ วัน หลังจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

งวดที่ ๒ ส่งมอบการจัดกิจกรรมการสื่อสารของโครงการขอบเขตของงานในข้อ ๔.๒ และความคืบหน้าผลการดำเนินงานบางส่วนตามแผนงานในข้อ ๔.๓ ในรูปแบบเอกสารจำนวน ๑ ชุดและรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์บันทึกใน Flash Drive หรือสื่อบันทึกข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์อื่น จำนวน ๒ ชุด ภายในวันที่ ๑๕ สิงหาคม ๒๕๖๘

งวดที่ ๓ ส่งมอบผลการดำเนินงานจำนวน ๒ เล่ม ประกอบด้วย (๑) ผลการดำเนินงานตามขอบเขตงานในข้อ ๔.๒ และ ๔.๓ และ (๒) รายงานฉบับสมบูรณ์ ตามขอบเขตงานในข้อ ๔.๔ ในรูปแบบเอกสารจำนวน ๑ ชุดและรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์บันทึกใน Flash Drive หรือสื่อบันทึกข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์อื่น จำนวน ๒ ชุด ภายในวันที่ ๓๑ สิงหาคม ๒๕๖๘

๘. เงื่อนไขการจ่ายเงิน

สพธอ. จะจ่ายเงินค่าจ้างให้แก่ผู้รับจ้าง โดยแบ่งเป็น ๓ งวด ดังนี้

งวดที่ ๑ จำนวนร้อยละ ๒๐ ของวงเงินการจ้างทั้งหมดตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินงานและส่งมอบงานตามสิ่งส่งมอบข้อ ๗ งวดที่ ๑ และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๒ จำนวนร้อยละ ๔๐ ของวงเงินการจ้างทั้งหมดตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินงานและส่งมอบงานตามสิ่งส่งมอบข้อ ๗ งวดที่ ๒ และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ ๓ จำนวนร้อยละ ๔๐ ของวงเงินการจ้างทั้งหมดตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างดำเนินงานและส่งมอบงานตามสิ่งส่งมอบข้อ ๗ งวดที่ ๓ และคณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

๙. อัตราค่าปรับ

เมื่อครบกำหนดส่งมอบงานตามที่กำหนด ถ้าผู้รับจ้างไม่ส่งมอบงานจ้าง หรือส่งมอบล่าช้า หรือส่งมอบไม่ถูกต้อง หรือไม่ครบจำนวน หรือไม่ปฏิบัติตามที่ตกลงกันไว้แก่ สพธอ. ผู้รับจ้างจะต้องชำระค่าปรับให้ สพธอ. เป็นรายวันเป็นจำนวนเงินตายตัวในอัตราร้อยละ ๐.๑๐ (ศูนย์จุดหนึ่งศูนย์) ของราคางานจ้าง แต่จะต้องไม่ต่ำกว่าวันละ ๑๐๐ บาท (หนึ่งร้อยบาทถ้วน) นับถัดจากวันครบกำหนดส่งมอบตามสัญญาจนถึงวันที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานจ้างให้แก่ สพธอ. จนถูกต้องครบถ้วน

๑๐. การรักษาความลับ

๑๐.๑ ผู้รับจ้างจะต้องจัดเก็บรักษาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานที่ผู้รับจ้างได้รับจาก สพธอ. และข้อมูลต่าง ๆ ที่ผู้รับจ้างได้จัดทำขึ้นเนื่องจากการดำเนินงานตามสัญญานี้อย่างเป็นทางการลับของ สพธอ. ซึ่งต่อไปในสัญญานี้เรียกว่า “ข้อมูลที่เป็นความลับ” โดยผู้รับจ้างต้องหามาตรการในการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นความลับให้มิดชิด รวมทั้งไม่เปิดเผย หรือเผยแพร่ หรือกระทำการใด ๆ ใดให้บุคคลอื่นใดที่มีใช้คู่สัญญาภายใต้สัญญานี้ หรือมิใช่บุคคลที่ สพธอ. ได้อนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรให้มีส่วนเกี่ยวข้องที่จะรับทราบข้อมูลที่เป็นความลับภายใต้สัญญานี้ ได้ทราบถึงข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าว เว้นแต่จะเป็นการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวให้แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานของผู้รับจ้างที่ต้องเกี่ยวข้องโดยตรงกับข้อมูลดังกล่าวเท่านั้น และผู้รับจ้างจะต้องจัดให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานดังกล่าวได้ผูกพันและปฏิบัติตามเงื่อนไขในการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับเช่นว่านั้นด้วย

๑๐.๒ หากผู้รับจ้างมิได้ปฏิบัติตามข้อ ๑๐.๑ ผู้รับจ้างจะต้องรับผิดชอบต่อ สพธอ. หรือบุคคลอื่นที่เป็นเจ้าของข้อมูลที่เป็นความลับนั้นในความเสียหายใด ๆ ที่เกิดขึ้นเนื่องจากการที่ข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าว ได้ถูกเปิดเผยไม่ว่าทั้งหมดหรือแต่บางส่วน และ สพธอ. มีสิทธิบอกเลิกสัญญาได้ทันที

๑๐.๓ ผู้รับจ้างจะยังคงต้องผูกพันตามข้อกำหนดเกี่ยวกับการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับตามข้อ ๑๐.๑ ต่อไป ตรีบที่ข้อมูลที่เป็นความลับดังกล่าวยังคงเป็นความลับอยู่ แม้ว่าการจ้างตามสัญญานี้ได้สิ้นสุดลงแล้วไม่ว่าด้วยเหตุใดก็ตาม

๑๑. หลักเกณฑ์การพิจารณา

ใช้เกณฑ์ราคาและเกณฑ์คุณภาพประกอบกัน โดย สพธอ. ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาคัดเลือกโดยเรียงลำดับจากผู้ที่ได้รับคะแนนรวมสูงสุด ดังนี้

๑๑.๑ ราคาให้นำหน้ากร้อยละ ๑๐

๑๑.๒ ผลงานที่ผ่านมา หรือ ความน่าเชื่อถือของผู้เสนอราคา หรือ แผนการปฏิบัติงาน หรือ ข้อเสนอแนะอื่นๆ ให้นำหน้ากร้อยละ ๙๐

การพิจารณาข้อเสนอตามขอบเขตของงาน ผู้ที่ผ่านการพิจารณาตามเกณฑ์ จะต้องได้รับคะแนนรวมไม่น้อยกว่า ๘๐ (แปดสิบ) คะแนน จากคะแนนรวม ๑๐๐ (หนึ่งร้อย) คะแนน ตามหลักเกณฑ์การพิจารณาดังนี้

ลำดับ	รายละเอียด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	คะแนนต่อข้อ (๑๐๐)	คะแนนรวม (๑๐๐)
๑	เกณฑ์ราคา ๑๐ คะแนน	๑๐		
๒	แผนการปฏิบัติงาน ๘๐ คะแนน			
	<p>๒.๑ มีรายละเอียดการนำเสนอกลยุทธ์การสื่อสารในประเด็นที่เกี่ยวข้อง วิธี รายละเอียดการดำเนินงานสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการฯที่ประกอบด้วย</p> <p>๑) มีกลยุทธ์หรือวิธีการสื่อสารที่ชัดเจนครบถ้วน มีความน่าสนใจ สร้างการรับรู้ ความเข้าใจ การมีส่วนร่วม การยอมรับ ต่ออบทบพ ภารกิจ และ Positioning ของ สพรอ. แก่กลุ่มเป้าหมาย และเชื่อมโยงกับแผนองค์กรหรือนโยบายที่เกี่ยวข้อง</p> <p>๒) มีแนวทางการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ที่ชัดเจน สามารถนำไปกำหนด/ออกแบบกิจกรรมการสื่อสาร เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม</p> <p>๓) มีการกำหนด Concept แนวทางการจัดกิจกรรมทั้งโครงการ อาทิ เช่น แผนการสื่อสาร ช่องทางการสื่อสารที่กระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม ตรงกลุ่มเป้าหมาย มีผลที่คาดว่าจะได้รับ มีรูปแบบการดำเนินงานและการติดตามผลการดำเนินงานที่ชัดเจน</p> <p>๔) มีการกำหนดรูปแบบ/แนวทางในการติดตามประสิทธิภาพในการสื่อสาร ที่ชัดเจน เข้าใจง่าย</p> <p>เกณฑ์การให้คะแนน</p> <p>๑. มีรายละเอียดการนำเสนอกลยุทธ์ครบ ทั้ง ๔ ข้อ และนำเสนอให้เห็นภาพได้ชัดเจนตรงตามวัตถุประสงค์ มีการนำเสนอแนวทางการพัฒนาต่อยอดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร สามารถกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมได้ชัดเจน ได้คะแนน ๓๐ คะแนน</p> <p>๒. มีรายละเอียดการนำเสนอกลยุทธ์ครบ ทั้ง ๔ ข้อ ตรงตามวัตถุประสงค์ แต่ไม่มีแนวทางการพัฒนาต่อยอดกิจกรรมและการสร้างการมีส่วนร่วมที่ชัดเจน เท่ากับ ๒๐ คะแนน</p> <p>๓. มีรายละเอียดการนำเสนอกลยุทธ์ครบ น้อยกว่า ๔ ข้อ และนำเสนอให้เห็นภาพได้ชัดเจนตรงตามวัตถุประสงค์ เท่ากับ ๑๐ คะแนน</p>	๓๐		

ลำดับ	รายละเอียด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	คะแนน ต่อข้อ (๑๐๐)	คะแนน รวม (๑๐๐)
	<p>๒.๒ มีรายละเอียด การออกแบบและจัดกิจกรรมการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ การมีส่วนร่วม สู่การสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง และสนับสนุนธุรกิจดิจิทัลแพลตฟอร์ม อาทิ เช่น</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑) การประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (roundtable discussion) ๒) การสร้างความร่วมมือ (communities networking) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง ๓) อบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ๔) การให้ความรู้ เสวนาในเชิงกฎหมายดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ (seminar) ๕) จัดประชุมความร่วมมือ (meeting) ๖) กิจกรรมอื่นๆ ตามความเหมาะสม <p>เกณฑ์การให้คะแนน</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑) มีรายละเอียดการนำเสนอ การออกแบบเครื่องมือ วิธีการ หรือกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ ไม่ต่ำกว่า ๕ รูปแบบ ได้คะแนน ๓๐ คะแนน ๒) มีรายละเอียดการนำเสนอ การออกแบบเครื่องมือ วิธีการ หรือกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ ไม่ต่ำกว่า ๔ รูปแบบ ได้คะแนน ๒๕ คะแนน ๓) มีรายละเอียดการนำเสนอ การออกแบบเครื่องมือ วิธีการ หรือกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ ไม่ต่ำกว่า ๓ รูปแบบ ๒๐ คะแนน ๔) มีรายละเอียดการนำเสนอ การออกแบบเครื่องมือ วิธีการ หรือกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ น้อยกว่า ๓ รูปแบบ ได้คะแนน ๐ คะแนน 	๓๐		
	<p>๒.๓ ความสามารถในการติดตามผลการสื่อสาร การวัดผลตามกลยุทธ์ การสื่อสาร และการวิเคราะห์ผลการสื่อสารที่สะท้อนประสิทธิภาพของการสื่อสารขององค์กร</p> <p>เกณฑ์การให้คะแนน</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. มีรายละเอียดและวิธี หรือ แนวทางในการดำเนินงานการติดตามผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์การสื่อสาร ผ่านช่องทางต่าง ๆ ด้วยวิธีการที่น่าเชื่อถือ และมีรูปแบบการนำเสนอผลที่น่าสนใจ พร้อมแนวทางในการวิเคราะห์ผลที่สะท้อนประสิทธิภาพของกลยุทธ์การดำเนินงานได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ เท่ากับ ๒๐ คะแนน ๒. มีการนำเสนอวิธี หรือแนวทางในการดำเนินงานการติดตามผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์การสื่อสาร ผ่านช่องทางต่าง ๆ ด้วยวิธีการที่น่าเชื่อถือ และมีรูปแบบการนำเสนอผลที่น่าสนใจ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ แต่ไม่มีแนวทางการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน เท่ากับ ๑๐ คะแนน 	๒๐		
๓	ประวัติบริษัท และประสบการณ์การทำงานที่น่าเชื่อถือ ๕ คะแนน	๕		

ลำดับ	รายละเอียด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	คะแนน ต่อข้อ (๑๐๐)	คะแนน รวม (๑๐๐)
	<p>ประสบการณ์ในการวางแผนการสื่อสาร บริหารงานโฆษณา ประชาสัมพันธ์องค์กร ให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ หรือเอกชน ไม่น้อยกว่า ๕ ปี</p> <p>เกณฑ์การให้คะแนน</p> <p>๑.กรณีประสบการณ์ ๕ ปีขึ้นไป ได้ ๕ คะแนน</p> <p>๒.กรณีประสบการณ์ ๔ ปี ได้ ๔ คะแนน</p> <p>๓.กรณีประสบการณ์ ๓ ปี ได้ ๓ คะแนน</p> <p>๔.กรณีประสบการณ์ น้อยกว่า ๓ ปี ได้ ๐ คะแนน</p>			
๔	<p>ข้อเสนออื่นๆ เพิ่มเติม นอกเหนือจาก TOR ๕ คะแนน</p> <p>เช่น เสนอรูปแบบการติดตามประเมินผล ที่ทำให้สามารถสะท้อนถึงผลกระทบที่เกิดขึ้น (Impact) และเกิด Productivity ได้ หรือมีการนำเสนอเครือข่ายการดำเนินงาน (Partner) หรือ กลุ่ม Stakeholder หรือแนวคิด วิธีการอื่น ๆ นอกเหนือจากขอบเขตงานจ้าง แนวทาง หรือวิธีอื่น ๆ ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย หรือข้อเสนออื่นๆ ที่มีประโยชน์ต่อโครงการ</p> <p>เกณฑ์การให้คะแนน</p> <p>๑ มีข้อเสนอแนะอื่น ๆ ตามรายละเอียดหรือมากกว่าที่ยกตัวอย่าง ได้คะแนน ๕ คะแนน</p> <p>๒ มีข้อเสนอแนะอื่นๆ ข้อใดข้อหนึ่ง จากที่ยกตัวอย่าง ได้คะแนน ๓ คะแนน</p> <p>๒ ไม่มีข้อเสนอแนะ ได้คะแนน ๐ คะแนน</p>	๕		
คะแนนรวมทั้งหมด		๑๐๐		
<p>วิธีการให้คะแนน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ข้อ ๒ และข้อ ๔ คณะกรรมการจะพิจารณาโดยเปรียบเทียบจากเอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนอได้เสนอมาและการให้คะแนนคิดจากผู้ที่น่าเสนองานได้ดีที่สุดเรียงลำดับลงมา - ข้อ ๓ เอกสารที่ผู้ยื่นข้อเสนออื่นมา โดยต้องมีหนังสือรับรองผลงานหรือสำเนาสัญญาที่เป็นงานรับจ้างที่มีลักษณะเดียวกันกับงานที่ประกวดราคาจ้างด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้ที่ดำเนินการเสร็จเรียบร้อยแล้ว โดยจะพิจารณาเฉพาะวงเงินสัญญาที่เป็นคู่สัญญา โดยตรงกับหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนที่ผู้ว่าจ้างเชื่อถือกำหนด กรณีที่เสนอมาหลายสัญญา โดยจะพิจารณาจากสัญญาที่มีวงเงินสัญญาสูงสุด 				

หมายเหตุ

$$๑. \text{คะแนนที่ผู้เสนอราคาได้รับ} = (\text{คะแนน} \times \text{น้ำหนัก}) / ๑๐๐$$

$$๒. \text{ประเมินคะแนนจากราคาที่เสนอ} = ๑๐๐ - ((\text{ผลต่างราคาของผู้เสนอ} \text{ กับ } \text{ราคาผู้เสนอราคาต่ำสุด} / \text{ราคาผู้เสนอราคาต่ำสุด}) \times ๑๐๐)$$

ทั้งนี้ ผู้เสนอราคาจะต้องส่งข้อเสนอด้านเทคนิคและด้านผลงานเพื่อประกอบการพิจารณาให้กับสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พิจารณาและนำเสนอ Presentation ไม่เกิน ๓๐ (สามสิบ) นาที

ณ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือนำเสนอในรูปแบบออนไลน์ เพื่อประกอบการพิจารณา
ทั้งนี้ให้เป็นไปตามดุลยพินิจของคณะกรรมการพิจารณาผล

เอกสารเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์